**СЛАЙД 1**

Доброго вечора!

Група №3 хоче розпочати презентацію свого проекту.

Для початку, дозвольте познайомити вас зі всіма членами нашої команди: Дмитро Сілаєв, Мар'яна Матчишин (Партоляк), Володимир Андрух, Ліза Шептицька, Анна Чулак, Олена Івановська.

**СЛАЙД 2 та 3**

Наша команда провела тестування сайту Оliva - це інтернет-магазин костюмів для полювання, риболовлі, активного відпочинку і мілітарі-одягу.

Основний асортимент в даному інтернет-магазині це звичайно, одяг в стилі мілітарі (весь асортимент виробляється на власній фабриці яка знаходиться в Україні). Крім того, на сайті можна купити:

* Одяг для співробітників охорони і спецслужб.
* Зимові костюми, куртки та бушлати.
* Костюми гірка і водовідштовхуючі костюми.
* Військову форму.
* Флісові кофти .
* Спецодяг.

**СЛАЙД 4**

Для того щоб почати працювати над даним проектом перш за все нам потрібно було визначити:

* Які бізнес-цілі ставить перед нами замовник
* Які ролі користувачів
* Яка конструкція сайту

Таким чином, ми отримаємо необхідну документацію для подальшої роботи.

**СЛАЙД 5**

Основними бізнес-цілями сайту є:

* Збільшити кількість клієнтів у інтернет-магазині; В2С;
* Збільшити кількість бізнес-клієнтів. B2B - Бізнес для бізнесу;
* Розміщення інформації про всі товари, а також акційні товари, новинки та сезонні товари. Виготовлення унікального одягу за потребами та розмірами клієнтів;
* Постійна пропозиція оновлення одягу для полювання, риболовлі та туризму на ринку України;
* Організація доставки товару клієнту та розміщення інформації щодо повернення товару;
* Спілкування з відділом продажів компанії через соціальні мережі. Розміщення всіх посилань на соціальні мережі компанії, номерів телефонів і контактів, фізичної адреси офісу складу компанії;
* Створення для клієнтів зручної платформи для пошуку та покупки.

**СЛАЙД 6**

Для чіткого розуміння сайту, ми створили схематичне зображення, MindMap.

Найбільша частина - боді сайту - зображена фіолетовим кольором, червоним хедер та синім футер сайту.

На сайті розміщені розділи, які часто повторюються, тому щоб наша MindMap не була громісткою ми оптимізували її, винісши повторювальні розділи у зноски з цифрами. Таким чином, під номером один у нас розміщена інформація про бокове меню “Категорії товарів”, під номером 2 - фільрт за ціною, розміром та сезоном, під номером 3 - сортування за замовчуванням, за популярністю, за оцінкою та ін. та під номером 4 - продукт - тобто вся інформація про товар, його опис, характеристики та інші деталі...

**СЛАЙД 7**

Відповідно до бізнес цілей сайту ми створили срс - це спецвимоги до ПЗ сайту.

**СЛАЙД 8**

Загалом нами було розроблемо 128 вимог. З них 112 функціональних та 16 нефункціональних.

**СЛАЙД 9**

За пріорітетом у нас вимоги подалені:

з високим пріоритетом -

з середнім пріорітетом -

з низьким пріорітетом -

**СЛАЙД 10**

Проаналізувавши бізнес-цілі ми розробили тест-план та визначили що саме ми будемо тестувати, а що ні.

Отже, було прийняте рішення потестувати:

* Особистий кабінет: Реєстрація та Вхід, Профіль користувача, Вихід
* Товари: Форма пошуку, Меню «Категорії товарів», Фільтр «Ціна», Фільтр «Сезон», Фільтр «Розмір», Сортування За замовчуванням, За популярністю, За курсом, За останніми доданими, За ціною: від найвищої до найнижчої, За ціною: від найнижчої до вищої; Додавання товару в кошик. Форма зворотного зв'язку.
* Замовлення: як незареєстрований користувач, як авторизований користувач, за кнопкою «Купити в один клік».
* Головна сторінка “Головна”
* Header
* Footer
* Сторінки «Про нас», «Контакти», «Оптова торгівля», «Обмін та повернення», «Новинки», «Акції», «Розмірні сторінки».

Частина функціоналу не була доступна для тестування через обмежений доступ до сайту. Таким чином ми її винесли у out of scoupe

* платіжну систему
* розділ дропшипінг ( так як він тимчасово не працює)
* та російськомовну версію сайту

**СЛАЙД 11**

Загалом тестування проходило у середовищах Windows10 та macOS 10 та 12. Основним браузером був Google Chrome

**СЛАЙД 12**

Під час перевірки сайту нами були використані як функціональні, так і не функціональні типи тестування:

Functional testing

* manual testing
* automation testing

Nonfunctional testing

* GUI Testing - **UI Testing (Тестування інтерфейсу)** — це вид тестування, який має на меті знайти дефекти графічного інтерфейсу користувача та перевіряти, чи відповідає GUI специфікаціям.
* UX Testing- Usability **testing - Usability Testing — це тестування додатку на предмет: краси, корисності, зрозумілості, легкості та зручності використання користувачами. Наскільки інтерфейс додатку їм імпонує. Його мета є віднайти дефекти та покращити так зване юзабіліті додатку.**
* API Testing - **Тестування API (API Testing)** — це тестування, яке передбачає тестування програмного інтерфейсу веб-додатків Restful API та веб-сервісів SOAP безпосередньо з використанням клієнта, або інструментів, таких як SOAPUI, Jmeter, Postman.
* load Testing - **Load Testing (Тестування навантаження)** — це тип Performance Testing й техніка автоматизованого тестування метою якого є перевірити, що наша програма працює у відповідності до вимог за нормальних умов, тобто при звичайному очікуваному користувацькому навантаженні.
* security Testing- **Тестування Безпеки (Security testing)** — це вид тестування програмного забезпечення, який має на меті оцінити та перевірити цілісність системи від стороннього вторгнення. А саме автентифікацію, авторизацію, доступність, конфіденційність і безвідмовність аплікації під тестами.

**СЛАЙД 13**

У тест плані ми також прописали вхідні та вихідні критерії, згідно з якими можна починати роботу на проєктом та відповідно коли робота може вважатися завершеною.

**Передаю слово Мар”яні**

Так як це інтернет-магазни, то він містить багато сторінок з загальною інформацією, це зокрема “Про нас”, “Контакти”, “Оптова торгівля” тому нашою командою було прийняте рішення для тестування таких сторінок використати чек-лісти, та таку техніку тест-дизайну як Desision table

Для тестування таких сторінок ми використали чек-лісти Відповідно всі 128 вимог ми покрили 222 тест-кейсами та 2-ма чек-лістами. що дозволило нам скороти частина функціоналу була покрита чек-лістами, таким чином ми змогли значно скоротити кількість тест-кейсів

Базуючись на відповідних вимогах ми створили 222 тест-кейси з яких виконали 100%

розроблено 222

виконано 222

213 пройшло позитивно

9 тест-кейсів не пройшло

За пріоритетністю тест-кейси у нас поділені наступним чином:

* з високим пріоритетом у нас
* з середнім пріоритетом
* з низьким пріоритетом

**СЛАЙД 14**

Загальна кількість багів у нас склала 23

з них з високим пріоритетом:

з середнім пріоритетом

з низьким пріоритетом

**СЛАЙД 15**

Ось кілька найцікавіших на наш погляд баг-репортів, які були задокументовані нашою командою

**СЛАЙД 16**

Після створення

**СЛАЙД 17**

**СЛАЙД 18**

**СЛАЙД 19**

**СЛАЙД 20**

**СЛАЙД 21**

**СЛАЙД 22**

**СЛАЙД 23**

**СЛАЙД 24**

**СЛАЙД 25**